

CASE



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

**Enem 2017 – Redes Sociais**



## Enem 2017 – Redes Sociais

Desde o início de 2015 o Ministério da Educação decidiu mudar a forma como se comunica com o seu público nas Redes Sociais e vem seguindo esse posicionamento desde então. O objetivo é claro: aproximar aqueles que interagem com o perfil do MEC – um grupo formado, em maioria, por jovens. Uma linguagem mais informal e descontraída passou a ser usada, sem perder o ponto crucial: a informação. Nesse contexto, o case do Exame Nacional do Ensino Médio (Enem) 2017 foi emblemático, pois vimos nele uma oportunidade para iniciar a consolidação dessa nova forma de agir e interagir com o público, afinal, o Enem é o segundo maior exame acesso ao ensino superior do mundo. Dessa forma, todos os anos, nos comprometemos a manter a marca de alcance, a coerência e o engajamento com os nossos usuários, sem esquecer do principal objetivo – o de alcançar o entendimento máximo da informação.

## Planejamento de conteúdo de Mídias Sociais do Enem 2017

Neste tópico, mostramos o planejamento estratégico de uma ação do exame, cujo resultado final não necessariamente resulta idêntico ao proposto. Há a possibilidade de, durante a campanha de divulgação, reforçar assuntos, como por exemplo os que os usuários manifestem dúvidas. Essa informação é detectada por meio de monitoramento e de interação direta com os internautas.

### Objetivos:

- ✓ Criar relacionamento com o estudante que vai fazer o exame;
- ✓ Tirar as dúvidas dos participantes;
- ✓ Levar tráfego para o portal do MEC.
- ✓ Canais:
- ✓ Facebook;
- ✓ Twitter;
- ✓ Instagram;
- ✓ Estratégia:
- ✓ Publicações de 15/9/2017 a 12/11/2017 com temas relacionados às provas: regras gerais, incentivo aos estudos, memes, dicas, Hora do Enem, serviços e contagem regressiva de 10 dias para o primeiro dia do exame.

### Calendário:

- ✓ (sem data definida) – Divulgação dos locais de provas.
- ✓ 5/10/2017 – Publicação especial de 1 mês para o Enem.





- ✓ Uma semana antes do exame: Horários locais de aplicação das provas.
- ✓ 4/11/2017 – Programação especial, na véspera do exame, lembrando as principais informações (regras da redação, dicas de redação, caneta, documentos, horário de abertura e fechamento dos portões, informações sobre o primeiro dia de provas e etc.).
- ✓ 5/11/2017 – Primeiro dia de provas: post às 8h (horário de Brasília) reforçando os horários de abertura e fechamento dos portões, às 11h uma publicação desejando boa prova, por volta de 13h o tema da redação e, após as provas, publicação parabenizando a participação de todos. No fim do dia, balanço do MEC da aplicação do exame

11/11/2017 - Programação especial, na véspera do segundo dia do exame, lembrando as principais informações (caneta, documentos, horário de abertura e fechamento dos portões, informações sobre o segundo dia de provas e etc.).

12/11/2017 – Segundo dia de provas: post às 8h (horário de Brasília) reforçando os horários de abertura e fechamento dos portões, às 11h uma publicação desejando boa prova e, após as provas, publicação parabenizando a participação de todos. No fim do dia, balanço do MEC da aplicação do exame.

#### Quadro 1 – Planejamento da Campanha Enem 2017 nas Redes Sociais do Ministério da Educação

##### Planejamento Enem 2017

Canal	Função	Estratégia
<u>Facebook</u>	Criar relacionamento com o estudante que vai fazer o exame; Tirar as dúvidas do participante; Levar tráfego para o portal do MEC.	36 posts durante o mês de outubro com temas relacionados à prova do exame, tendo dias com 2 posts diários. Os posts serão com os seguintes temas: regras gerais, incentivo aos estudos, <u>memes</u> , serviços e uma contagem regressiva quando estiver bem próximo. Ver com a publicidade se terá pacote especial (verba liberada) para impulsionar os principais posts.
<u>Twitter</u>	Instantaneidade da divulgação da informação até o estudante. Levar tráfego para o portal do MEC.	Criar uma <u>hashtag</u> especial para a marcar a campanha e ficar atento aos <u>TT's</u> . Criar conteúdo que combine com a “ <u>hashtag bombante</u> ” do momento. De 12 inserções que temos no <u>Twitter</u> , colocar
<u>Instagram</u>	Compartilhamento de fotos e vídeos entre os seguidores. A ideia é editar e publicar fotos mais rapidamente, de um jeito mais descolado.	Posts diários com temas relacionados à prova do exame. Os posts serão com os seguintes temas: regras gerais, incentivo aos estudos, <u>memes</u> , serviços e uma contagem regressiva quando estiver bem próximo. Ver com a publicidade se terá pacote especial (verba liberada) para impulsionar os principais posts. Fazer parceria com TV MEC e produzir vídeos descolados e atrativos.
<u>Stories</u>	Compartilhamento de fotos e vídeos de forma rápida e divertida com <u>conteúdos</u> criativos e expressivos. De acordo com pesquisas, 150 milhões dos usuários do Instagram já usam o <u>Stories</u> todo dia. Levar tráfego para o portal do MEC.	Posts diários com temas relacionados à prova do exame. Os posts serão com os seguintes temas: regras gerais, incentivo aos estudos, <u>memes</u> , serviços e uma contagem regressiva quando estiver bem próximo. Sempre colocando o link do portal.



O quadro acima apresenta o planejamento da campanha Enem 2017 nas redes sociais do Ministério da Educação. Ele contém a seleção dos canais a serem trabalhados; a descrição da função de cada canal e qual a estratégia a ser utilizada dentro dessa rede, conforme detalhamento a seguir:

### **FACEBOOK**

- ✓ Função: Criar relacionamento com o estudante que vai fazer o exame; Tirar as dúvidas do participante; Levar tráfego para o portal do MEC.
- ✓ Estratégia: 36 posts durante o mês de outubro com temas relacionados à prova do exame, tendo dias com 2 posts diários. Os posts serão com os seguintes temas: regras gerais, incentivo aos estudos, memes, serviços e uma contagem regressiva quando estiver bem próximo.
- ✓ Ver com a publicidade se terá pacote especial (verba liberada) para impulsionar os principais posts.

### **TWITTER**

- ✓ Função: Instantaneidade da divulgação da informação até o estudante. Levar tráfego para o portal do MEC.
- ✓ Estratégia: Criar uma 'hashtag' especial para a marcar a campanha e ficar atento aos TT's. Criar conteúdo que combine com a "hashtag que está nos trending topics" do momento. De 12 inserções que temos no Twitter, colocar de 2 a 3 inserções sobre o tema.

### **INSTAGRAM**

- ✓ Função: Compartilhamento de fotos e vídeos entre os seguidores. A ideia é editar e publicar fotos mais rapidamente, de um jeito mais descolado.
- ✓ Estratégia: Posts diários com temas relacionados à prova do exame. Os posts serão com os seguintes temas: regras gerais, incentivo aos estudos, memes, serviços e uma contagem regressiva quando estiver bem próximo.
- ✓ Ver com a publicidade se terá pacote especial (verba liberada) para impulsionar os principais posts. Fazer parceria com TV MEC e produzir vídeos descolados e atrativos.

### **STORIES**

- ✓ Função: Compartilhamento de fotos e vídeos de forma rápida e divertida com conteúdos criativos e expressivos. De acordo com pesquisas, 150 milhões dos usuários do Instagram já usam o Stories todo dia.
- ✓ Levar tráfego para o portal do MEC.
- ✓ Estratégia: Posts diários com temas relacionados à prova do exame. Os posts serão com os seguintes temas: regras gerais, incentivo aos estudos, memes, serviços e uma contagem regressiva quando estiver bem próximo. Sempre colocando o link do portal.





## Equipe de redes sociais do MEC

- ✓ Thaís Mesquita de Araujo Cantanhêde – Coodenadora de redes sociais
- ✓ Amanda Rafaela de Moraes Nascimento – Produtora de conteúdo
- ✓ Mário Chesini Afonso – Designer Gráfico
- ✓ Pedro Lucas de Freitas Silva – Designer Gráfico
- ✓ Daniele Chaves Barreto – Monitoramento e interação
- ✓ Andressa Mundim Rodrigues Caixeta – Monitoramento e interação
- ✓ Janaína de Castro – Monitoramento e interação

**Exemplos de posts que fizeram parte da campanha Enem 2017 nas redes sociais:**

### CARDS INFORMATIVOS COM LINGUAGEM DIRECIONADA AO PÚBLICO-ALVO



### NOVIDADE

Em 2017, passamos a dispor de uma nova ferramenta de comunicação: AO VIVO no Facebook, também conhecido como *live!* Através dela podemos chamar um profissional técnico para tirar as dúvidas ao vivo dos participantes do exame. Essa é mais uma estratégia que desenvolvemos.





QUER TIRAR SUAS DÚVIDAS SOBRE O EXAME?  
PARTICIPE DA LIVE NO FACEBOOK AO VIVO

MEC

Veja no link um exemplo: <https://www.facebook.com/ministeriodaeducacao/videos/1687921301255677/>

## MONITORAMENTO

Com os resultados obtidos por meio de ferramentas de monitoramento – e demonstrados nas figuras a seguir –, é possível afirmar que a forma utilizada para comunicação com os participantes do Enem 2017 foi bem-sucedida. Os objetivos foram alcançados e o alcance dos canais continua crescendo em relação aos anos anteriores. Além disso, ainda continuamos a ser a *Fan Page* do governo federal com o maior número de seguidores. Após o Enem, conseguimos manter um bom desempenho, com um alcance médio de 5 milhões por semana.

Entendemos que a relação com as pessoas é fundamental. Por elas estamos trabalhando e isso faz a diferença. As pessoas não querem apenas ouvir. Elas querem ser ouvidas e entender aquilo que chega a elas, seja pelo Facebook, Twitter, Instagram ou YouTube, que, claramente têm públicos e linguagens distintas.





## COMPARATIVO ALCANCE - Facebook

Outubro/novembro de 2014: 31,5 milhões, mas o alcance pago superou o orgânico. Tivemos alguns posts publicitários promovidos.



Outubro/novembro de 2017: 74 milhões de alcance orgânico.





---

**BRASÍLIA**

SAUS Quadra 4 Bloco A Salas 635 A 642  
Edifício Victoria Office Tower  
Cep: 70070-938 – Brasília-DF  
Fone: (61) 2107-9300 – Fax: (61) 2107-9365

[www.grupoinforme.com.br](http://www.grupoinforme.com.br)

---